

0- 792344

На правах рукописи



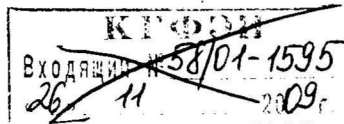
**Чертыковцева Татьяна Александровна**

**РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНИЯ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 - Экономика и управление  
народным хозяйством:  
экономика, организация  
и управление предприятиями,  
отраслями, комплексами  
промышленности

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Самары 2009



Работа выполнена в Самарском государственном экономическом университете

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор  
Волкодавова Елена Викторовна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор  
Денисов Вячеслав Тихонович

кандидат экономических наук  
Комякова Екатерина Александровна

Ведущая организация - Уральский государственный  
технический университет - УПИ  
имени первого Президента России  
Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

Защита состоится 22 декабря 2009 г. в 9 ч. на заседании диссертационного  
совета Д 212.214.03 при Самарском государственном экономическом университете  
по адресу: ул.Советской Армии, д.141, ауд.325, г.Самара, 443090

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке  
Самарского государственного экономического университета

Автореферат разослан 21 ноября 2009 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000712594

Ученый секретарь  
диссертационного совета

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes.

Волкодавова Е.В.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Проблема интернационализации предпринимательской деятельности, интеграции в мировое экономическое пространство занимает все более значительное место в деятельности российских промышленных предприятий, возрастает понимание роли международной выставочной деятельности при реализации их внешнеэкономической стратегии, увеличивается число отечественных промышленных предприятий-экспонентов международных салонов.

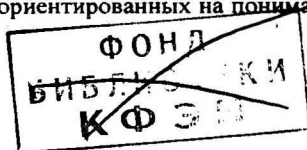
Для промышленного предприятия участие в международной выставке, представляющей собой событие как экономического, так и политического характера с географией участия до 70 стран, обеспечивающей представление "мирового среза" промышленной отрасли на данный период времени, становится неотъемлемой составляющей внешнеэкономической стратегии.

В 21 веке перед промышленным предприятием не стоит вопрос о том, что бы развивать или "сворачивать" международную выставочную деятельность в меняющейся экономической среде, в том числе - в условиях кризиса, поскольку отсутствие предприятия в соответствующем международном выставочном секторе грозит реальной упущенной выгодой, более того - потерей позиций на международном отраслевом рынке. Вопрос стоит о максимальной оптимизации средств на обеспечение процесса международной выставочной деятельности промышленного предприятия для достижения его планируемой эффективности.

Во внешнеэкономической практике российских промышленных предприятий очевиден факт недостаточного и малоэффективного использования потенциала международной выставочной деятельности вследствие не только финансовых проблем, но и недостатка опыта работы на современном международном выставочном рынке, отсутствия современных отечественных теоретических и методических материалов в качестве инструмента управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия.

В настоящее время российские предприятия рассматривают международную выставочную деятельность как проектную деятельность, связанную с реализацией отдельных акций, необходимость в проведении которых не всегда вытекает из логики внешнеэкономической стратегии промышленного предприятия. Проектный подход, т.е. действия при подготовке участия в выставке каждый раз по заново сформулированным правилам и алгоритмам, приводит к увеличению затрат, не учитывая использования возобновляемых материальных и человеческих ресурсов, а также не учитывая специфических характеристик международной промышленной выставки, приобретенных ею к началу 21 столетия, но не систематизированных до настоящего времени в российской исследовательской литературе.

Проблема низкой эффективности управления международной выставочной деятельностью российских промышленных предприятий - в отсутствии отечественных научных разработок и методик, ориентированных на понимание сущно-



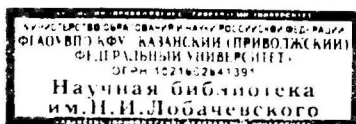
сти современной международной выставочной деятельности как вспомогательного бизнес-процесса в системе стратегического международного менеджмента промышленного предприятия. Потребность в таком методическом инструменте обусловила необходимость разработать теоретическую базу построения системы управления международной выставочной деятельностью как процессной деятельностью, а также построить модель эффективного управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия.

Степень разработанности темы диссертационного исследования. В качестве теоретической базы изучения международной выставочной деятельности промышленного предприятия как объекта управления были использованы научные работы и методические материалы отечественных и зарубежных экономистов, специалистов в области внешнеэкономической деятельности, управления выставочной деятельностью в области общего, стратегического и международного менеджмента, международного маркетинга, международных деловых коммуникаций, экономики промышленных предприятий, теории выставочно-ярмарочного дела, международного бренд-менеджмента.

Теоретические и методологические основы исследования управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия составляют российские и зарубежные публикации в области менеджмента - М. Альберта, П. Друкера, М. Мескона, Ф. Хедоури, П.В. Шеметова, Ю.В. Гусева, Г. Минцберга, С.А. Попова, А.А. Томпсона мл., А.Дж. Стрикленда; Б. Санто, Б. Твисса, Р.А. Фатхутдинова; анализа мотивации и кадровой стратегии - П. Друкера, М.Портера, Ф.У.Тейлора. В качестве теоретической основы по проблемам рисков во внешнеэкономической и международной выставочной деятельности выступают труды Дж. М. Кейнса, И.В.Волкова, Ю.И. Грачева, И.В.Хохлова, Е.Ф. Жукова. Проблематика моделирования экономических систем рассмотрена на основе трудов российских исследователей И.А. Тогунова, В.А.Шгофа.

Теоретической базой исследования в области международных деловых коммуникаций выступают работы зарубежных ученых - С. Блэка, А. Дайана, Ф. Котлера, Д. Огилви, А. Оливье, Р. Урсе, Д. Бернета, С. Мориарти, Р.Д. Льюиса, М.Портера, Г. Хофстеде, Ф. Лассере, Г.Рекса, а также российских ученых - И.И. Кретьева, Ф.И. Шаркова, Ю.И. Грачева, Д. Хохлова, Д.Михеева, Г.Г. Почепцова, П.П. Шихирева, Н.И.Диденко.

Значение выставок в завоевании предприятием позиций на внешнем рынке представлено в работах Б.Монтгомери, А. Олвуда, Г. Ховстеде, П. Витгенштейна, Г.Иванченко, Л.Назаренко, И.Рожкова. В качестве теоретической базы по проблемам, связанным с организацией выставочной деятельности, рассмотрены труды Я. Критсотакиса, Б.Монтгомери, Д. Олвуда. В вопросах исследования управления международной выставочной деятельностью на разных уровнях безусловный приоритет принадлежит немецкой школе, сформированной работами П.Витгенштейна, Г. Кенкеля, А. Лютханс, П. Невена, Г. Крессе, М. Дорншейдта.





Что касается методологического обоснования развития управления международной выставочной деятельностью как таковой и участия в ней отдельного предприятия, отечественная исследовательская база в силу определенных причин слабее зарубежной. Российскими учеными рассматривались отдельные теоретические вопросы функционирования выставочного рынка и управления выставочной деятельностью на разных уровнях, за исключением уровня промышленного предприятия, поскольку отечественный опыт участия в международных выставках весьма незначителен.

Теоретические аспекты менеджмента выставочной деятельности представлены в работах Петелина В.Г., Шаркова Ф.И., Добробабенко Е.В и Добробабенко Н.С. К наиболее заметным работам по теоретическим основам международной выставочной деятельности промышленных предприятий и оценки ее эффективности выступают труды Стровского Л.Е., Фроловой Е.Д., Волкодавовой Е.В., Комяковой Е.А.

В качестве информационной базы использованы документы ВАВТ, ТПП РФ, Пермской ТПП, российское и зарубежные патентные законодательства, отчеты промышленных предприятий, статистические данные, нормативные и справочные материалы; стандарты, нормы и критерии, принимаемые международными и национальными выставочными организациями.

В диссертации нашли отражение результаты научно-исследовательской работы "Разработка стратегии выставочной и презентационной деятельности Правительства Самарской области по продвижению региона в качестве экспортно-ориентированной и инвестиционно привлекательной территории", выполненной при участии автора по поручению Правительства Самарской области в 2007 году.

Отдавая должное вкладу перечисленных исследователей в изучение нового для России сектора экономики - выставочного, автор вынужден констатировать, что уровень разработанности проблем управления выставочной деятельностью в России в целом представляется недостаточным. Самой малоизученной областью, нуждающейся в разработке методических рекомендаций, является проблематика управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий.

Проведенный автором анализ выявил отсутствие целостных методик по данному вопросу. Существующие исследовательские работы рассматривают отдельные фрагменты подготовки и участия в предприятия в выставке: рекламного обеспечения, разработки дизайна стенда, подготовки стендистов, оценки эффективности одномоментного участия предприятия в выставке.

Таким образом, осуществленный автором анализ подтверждает актуальность разработки и внедрения новых, системных подходов к управлению международной выставочной деятельностью промышленных предприятий.

**Цели и задачи исследования.** Целью данного диссертационного исследования является разработка теоретических и методических основ развития управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

- исследовать существующие в отечественной и зарубежной практике теоретические и методические подходы к управлению международной выставочной деятельностью промышленных предприятий;

- разработать классификацию международных промышленных выставок в соответствии со спецификой и функциями, выполняемыми ими в экономике 21 в., в связи с чем сформулировать авторское определение понятия "международная промышленная выставка";

- предложить критерии выбора международных промышленных выставок: с точки зрения достижения имиджевой или экономической стратегической цели участия в международной выставочной деятельности, с точки зрения возможностей и преимуществ для участия в них малых, средних и крупных промышленных предприятий, для уточнения организационных, бюджетных и экспортных возможностей применительно к конкретному предприятию;

- определить источники массивов базовых информационных ресурсов управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия;

- определить разграничение функций управления субъектов - участников международной выставочной деятельности по уровням внешнеэкономической деятельности;

- выявить и систематизировать специфические риски управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий, оказывающие влияние на результативность системы управления;

- предложить концепцию унифицированного регламента долгосрочного планирования бизнес-процесса международной выставочной деятельностью промышленных предприятий;

- предложить организационно-экономическую модель управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия;

- выявить факторы и резервы повышения эффективности управления процессом международной выставочной деятельности промышленного предприятия;

- апробировать разработанные теоретические положения и практические рекомендации в деятельности промышленных предприятий Самарской области - участников международной выставочной деятельности.

**Область исследования.** Исследование проведено в рамках п.п. 15.10 "Внешнеэкономическая деятельность предприятия в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности; п.п. 15.15 "Теоретические и методические основы эффективности развития предприятий, отраслей и комплексов народного хозяйства", специальности 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами промышленности" паспортов специальности ВАК (экономические науки).

**Предметом исследования** являются организационно-экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе участия промышленного предприятия - экспонента в международной выставочной деятельности.

**Объект исследования.** Объектом диссертационной работы являются промышленные предприятия РФ - участники международной выставочной деятельности в условиях глобального рынка.

**Научная новизна** результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

- дано авторское определение понятия "международная промышленная выставка", отвечающее специфике и функциям, выполняемым ею в глобальной экономике; в существующую классификацию выставок впервые введен классификационный признак: "по видам промышленных коммуникаций", который позволяет системно исследовать различные аспекты управления международной выставочной деятельностью предприятий промышленности;

- разработаны критерии и матрицы последовательного выбора международных промышленных выставок: с точки зрения достижения имиджевой или экономической стратегической цели участия в международной выставочной деятельности; с точки зрения приоритетов и возможностей малых, средних и крупных промышленных предприятий; для уточнения организационных, бюджетных и экспортных возможностей применительно к конкретному предприятию;

- сформированы источники массивов базовых информационных ресурсов управления международной выставочной деятельностью, на основе систематизации зарубежных и отечественных научно-теоретических источников и источников информации, предоставляющих аналитический и статистический материал по состоянию мирового выставочного рынка;

- введено разграничение функций управления субъектов-участников международной выставочной деятельности по уровням внешнеэкономической деятельности;

- разработана авторская концепция унифицированного регламента планирования бизнес-процесса международной выставочной деятельности промышленных предприятий, включающая этапы: разработки стратегии международной выставочной на длительный период; создания "конкурентного листа" международных выставок" в соответствии с предлагаемыми автором критериями; формирования долгосрочного сводного плана-графика участия промышленного предприятия в международной выставочной деятельности; разработки программы участия промышленного предприятия в избранной календарной выставке в течение периода реализации сводного выставочного плана-графика;

- разработана организационно-экономическая модель управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий;

- выявлены и систематизированы специфические риски управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия-экспонента, оказывающие влияние на результативность системы управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий;

- выявлены факторы и резервы повышения эффективности управления процессом международной выставочной деятельности промышленного предприятия - на уровне функций планирования, организации, мотивации, включая

использование резерва государственной протекции участием отечественных предприятий в международных выставках, эффективной международной бренд-политики, повышение квалификации сотрудников за счет освоения необходимого алгоритма действий в ходе осуществления международной выставочной деятельности промышленного предприятия; предложены методы их оценки.

**Практическая значимость** диссертационного исследования заключается в том, что теоретические разработки доведены до практических положений и рекомендаций, которые могут быть использованы промышленными предприятиями в организации управления международной выставочной деятельности, а также в возможности применения ряда его положений при разработке курса повышения квалификации для специалистов промышленных предприятий - экспонентов, участвующих в осуществлении бизнес-процесса международной выставочной деятельности.

Разработанные в диссертации подходы к управлению международной выставочной деятельностью промышленного предприятия были апробированы в процессе НИР "Разработка стратегии выставочной и презентационной деятельности Правительства Самарской области по продвижению региона в качестве экспортно-ориентированной инвестиционно привлекательной территории", выполненной по заказу Правительства Самарской области.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертационной работе, отражены в материалах международных конференций, проводимых в Самаре, Москве, Санкт-Петербурге, Саратове, Труа (Франция).

По теме диссертационного исследования автором опубликовано 17 печатных работ, общим объемом 26,31 печ. л., авторский вклад 16,8 печ. л.

Методические рекомендации, представленные в диссертационной работе апробированы на промышленных предприятиях Самарской области - ЗАО СПАС, НПФ МЕТА, НПФ Контэкс, ЗАО "СКК", "Группа компаний ЗАО Электроник ТМ", что подтверждается соответствующими справками о внедрении.

**Объем и структура работы.** Рукопись объемом 167 страниц машинописного текста содержит введение, три главы, заключение, библиографический список и приложения.

**Структура и содержание работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во **введении** обоснована актуальность темы, определена степень разработанности темы в литературных источниках, сформулированы цели и задачи исследования, выделены элементы научной новизны и практической значимости диссертационной работы.

В **первой главе** "Теоретические основы исследования системы управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий" осуществлены анализ и систематизация зарубежных и отечественных литературных источников, основных этапов в развитии научной мысли по вопросам управления и регулирования выставочной деятельности; освещена проблема

отсутствия системного подхода к организации управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия как специфической формы внешнеэкономической деятельности; дано авторское определение понятия "международная промышленная выставка", отвечающее специфике и функциям, выполняемым ею в глобальной экономике.

Во второй главе "Методологические и методические основы исследования управления бизнес-процессом международной выставочной деятельности промышленных предприятий", проанализированы характеристики современной международной промышленной выставки, представлена авторская технология выбора и оценки промышленной выставки международного класса; определены принципы, приоритеты, критерии построения модели управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия.

Осуществлен анализ основных факторов влияния: выявлены, проанализированы и классифицированы главные риски, оказывающие влияние на эффективность международной выставочной деятельности, дана их оценка, определены методы снижения влияния рисков, оценен потенциал использования ресурса государственной поддержки участия в международной выставочной деятельности промышленного предприятия, а также ресурс эффективного международного бренд-менеджмента.

В третьей главе "Оценка организационно-экономических резервов и результатов управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий" освещены направления развития управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий, представлен опыт апробации результатов данного диссертационного исследования на примере промышленных предприятий Самарской области - участников международной выставочной деятельности.

В заключении содержатся выводы и рекомендации по проведенному исследованию.

## **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

1. Дано авторское определение понятия "международная промышленная выставка", отвечающее специфике и функциям, выполняемым ею в глобальной экономике; в существующую классификацию выставок впервые введен классификационный признак: "по видам промышленных коммуникаций", который позволяет системно исследовать различные аспекты управления международной выставочной деятельностью предприятий промышленности.

Функции международной промышленной выставки систематизированы в таблице 1.

С учетом приведенных в таблице 1 функций международной промышленной выставки предложено авторское определение понятия "международная промышленная выставка": Международное событие экономического и политического характера, происходящее в определенное время в определенном месте, где формируется состояние промышленной отрасли, ее стандарты, осуществляются показ и демонстрация товаров перед специалистами-представителями разных стран, потенциальными потребителями и широкой общественностью с целью ознакомления с передовыми достижениями в промышленных отраслях; объективная оценка имиджевой и экономической эффективности участия в котором возможна лишь по результатам последовательного планового присутствия на нем в различных форматах в течение трех-пяти лет и более.

*Таблица 1*

**Функции международной промышленной выставки  
в условиях глобального рынка**

1.	МПВ как значимое международное событие не только экономического, но и политического характера
2.	МПВ как событие, определяющее стратегические задачи мировых промышленно-энергетических отраслей
3.	МПВ как одномоментный срез состояния отрасли в отношении достижений науки, технологий, ноу-хау определенной промышленной отрасли
4.	МПВ как место утверждения новых международных отраслевых стандартов
5.	МПВ как инструмент минимизации международных коммуникативных рисков
6.	МПВ как часть планируемой международной выставочной стратегии с учетом "менеджмента менеджеров" избираемых для участия выставочных событий
7.	МПВ как инструмент продвижения имиджа компании и повышения статуса бренда компании на международном рынке
8.	МПВ как часть планируемой международной выставочной стратегии с учетом новейших технологий ее планирования, подготовки и организации
9.	МПВ как инструмент маркетинга и изучения конкурентов
10.	МДВ как объект экспорта
11.	МПВ как объект долгосрочного планирования международной выставочной деятельности промышленного предприятия

Автором введен классификационный признак "по видам промышленных коммуникаций" в существующую классификацию выставок, что позволяет системно исследовать различные аспекты управления международной выставочной деятельностью предприятий промышленности.

Таблица 2

**Систематизация международных промышленных выставок  
классификационному признаку**

Вид международной промышленной выставки	Классификационные характеристики
1. Промышленный форум	Международное событие с выраженным политическим характером; принимает большое число правительственных делегаций. Место заключения договоренностей о крупных межправительственных экономических проектах
2. Промышленный салон	Международное событие, определяющее тенденции развития промышленных отраслей, приоритетные технологии, стандарты. Место заключения контрактов по крупным международным совместным производственным проектам
3. Многопрофильная промышленная выставка.	Международная выставка, предоставляющая возможности расширения экспортно-импортных операций для широкой номенклатуры промышленных изделий
4. Узкоспециализированная промышленная выставка	Международная выставка, предоставляющая возможности расширения экспортно-импортных операций для 1-2 видов промышленных изделий с гарантией целевой аудитории
5. Ремесленная выставка	Международное событие со значительным политическим звучанием, нацеленное на интернационализацию малого и среднего предпринимательства
6. Промышленная выставка-ярмарка	Международная выставка, предоставляющая право продажи промышленного товара со стенда

2. Разработаны критерии и матрицы последовательного выбора международных промышленных выставок: с точки зрения достижения имиджевой или экономической стратегической цели участия в международной выставочной деятельности; с точки зрения приоритетов и возможностей малых, средних и крупных промышленных предприятий; для уточнения организационных, бюджетных и экспортных возможностей применительно к конкретному предприятию.

Достижение имиджевых целей участия в международной выставочной деятельности, позиционирования на международном рынке возможно, преимущественно, путем участия в промышленных форумах и салонах, как видно из таблицы 3.



Таблица 3

**Матрица выбора международных промышленных выставок  
с учетом приоритетности решения задач достижения имиджевой  
или экономической цели участия (по 10-балльной системе)**

Вид выставки	Имиджевая стратегическая цель	Экономическая стратегическая цель
1. Промышленный форум	7 баллов	3 балла
2. Промышленный салон	6 баллов	4 балла
3. Многопрофильная промышленная выставка	3 балла	7 баллов
4. Узкоспециализированная	5 баллов	5 баллов
5. Ремесленная выставка (для малых и средних промышленных предприятий)	6 баллов	4 балла
6. Промышленная выставка-ярмарка	3 балла	6 баллов

Учитывая, что эти значимые события мирового уровня рассчитаны на "отложенный экономический эффект" и проводятся один раз в два-четыре года, пятилетний план-график международной выставочной деятельности промышленного предприятия может предусматривать также ежегодное участие в одной или двух международных промышленных выставках - узкоспециализированной или многопрофильной, ориентированных на достижение маркетинговых целей. Выбор между узкоспециализированной или многопрофильной выставкой определяется номенклатурой продуктов, предназначаемых предприятием для внешнего рынка.

Осуществление оценки текущего экономического эффекта, как видно из предложенной классификации, после однократного участия в выставке возможно лишь в случае участия в выставке-ярмарке. Экономический эффект участия в международной выставочной деятельности достигается промышленным предприятием в результате превышения отдачи от реализации стратегического плана международной выставочной деятельности в рамках внешнеэкономической стратегии промышленного предприятия над уровнем затрат на обеспечение участия в международной выставочной деятельности.

Предложенная авторская классификация международных промышленных выставок позволяет также оценивать международные промышленные выставки на этапе планирования с точки зрения преимуществ для участия в них малых, средних, крупных промышленных предприятий.

Крупным промышленным предприятиям, как это видно из таблицы 3, предпочтительно планировать участие в международных промышленных салонах, промышленных форумах и многопрофильных промышленных выставках.

Предпочтительными международными выставками для средних промышленных предприятий являются, как следует из таблицы, ремесленная или многопрофильная промышленная выставка, а также выставка-ярмарка.



Таблица 4

**Матрица выбора международных промышленных выставок  
с учетом приоритетов и возможностей крупных, средних  
и малых промышленных предприятий на стадии планирования  
международной выставочной деятельности**

**Критерии отбора:**

1. Возможность использования ресурса административной государственной поддержки (включая внесение информации о продукции или технологических разработках предприятия в правительственный информационный пакет);
2. Возможность использования ресурса финансовой государственной поддержки (включая заочное участие на стенде правительства или палаты);
3. Доступность участия по стоимости (с учетом стоимости кв. м выставочной площади + предлагаемых услуг);
4. Возможность прямых продаж со стенда;
5. Наличие в рамках выставки конкурсных программ и экспертных оценок по выявлению инновационных технологий отрасли, участие в которых содействует позиционированию бренда предприятия.

**Система оценки: 10-балльная**

<b>Международный промышленный форум</b>					
<b>Предприятие</b>	<b>Возможность ресурса административной государственной поддержки</b>	<b>Возможность ресурса финансовой государственной поддержки</b>	<b>Доступность участия по стоимости</b>	<b>Возможность прямых продаж со стенда</b>	<b>Наличие в рамках выставки конкурсных программ</b>
<i>Крупное ПП</i>	3 балла	1 балл	3 балла	0 баллов	3 балла
<i>Среднее ПП</i>	3 балла	1 балл	1 балл	0 баллов	1 балл
<i>Малое ПП</i>	3 балла	0 баллов	0 баллов	0 баллов	1 балл
<b>Международный промышленный салон</b>					
<i>Крупное ПП</i>	3 балла	1 балл	3 балла	0 баллов	3 балла
<i>Среднее ПП</i>	3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов	1 балл
<i>Малое ПП</i>	3 балла	0 баллов	0 баллов	0 баллов	1 балл
<b>Международная многопрофильная промышленная выставка</b>					
<i>Крупное ПП</i>	0 баллов	0 баллов	3 балла	0 баллов	2 балла
<i>Среднее ПП</i>	1 балл	4 балла	2 балла	0 баллов	1 балл
<i>Малое ПП</i>	1 балл	4 балла	1 балл	0 баллов	1 балл
<b>Международная узкоспециализированная промышленная выставка</b>					
<i>Крупное ПП</i>	0 баллов	0 баллов	7 баллов	0 баллов	2 балла
<i>Среднее ПП</i>	0 баллов	0 баллов	5 баллов	0 баллов	3 балла
<i>Малое ПП</i>	0 баллов	0 баллов	5 баллов	0 баллов	3 балла
<b>Ремесленная выставка (промышленный павильон)</b>					
<i>Крупное ПП</i>	0 баллов	0 баллов	10 баллов	0 баллов	0 баллов
<i>Среднее ПП</i>	3 балла	3 балла	3 балла	0 баллов	1 балл
<i>Малое ПП</i>	3 балла	3 балла	3 балла	0 баллов	1 балл
<b>Международная промышленная выставка-ярмарка</b>					
<i>Крупное ПП</i>	0 баллов	0 баллов	10 баллов	0 баллов	0 баллов
<i>Среднее ПП</i>	0 баллов	0 баллов	5 баллов	5 баллов	0 баллов
<i>Малое ПП</i>	0 баллов	0 баллов	5 баллов	5 баллов	0 баллов

Международная ремесленная выставка является предпочтительной для участия в ней также малого промышленного предприятия, поскольку предоставляет возможность использования резерва государственной поддержки участия в зарубежной выставке, причем поддержки не только российского правительства. Международные и национальные программы содействия интернационализации малого предпринимательства на международных ремесленных выставках предоставляют всем малым предприятиям - экспонентам льготы в получении оборудованной выставочной площади.

Таблица 5

**Матрица выбора промышленной выставки**

Вид промышленной выставки		
№ п.п.	Критерий выбора конкурентного листа	Баллы
1.	Международный престиж выставки в интересующей промышленной отрасли, ее рейтинг	
2.	Состав ее соучредителей и организаторов	
3.	Наличие поддержки со стороны властей страны проведения или национальных предпринимательских объединений	
4.	Географическая "сфера влияния" выставки (предпочтительно участие представителей не менее 20-30 стран)	
5.	Организационный формат (выставка-конференция, выставка-салон, конгресс, форум и т.п.)	
6.	Оценка аудитории сравнимых выставок, число и оценка посетителей с точки зрения приоритетов компании	
7.	Состав и качество экспонентов	
8.	Статус выставки в Международном союзе выставок и ярмарок	
9.	Оценка выставочного мероприятия в международных и национальных СМИ и в отрасли	
10.	Срок существования данной выставки в статусе международной, ее динамика	
11.	Наличие факта экспорта данной выставки в другие страны	
12.	Определение способов продвижения выставки ее организаторами; подход к "менеджменту менеджеров"	
13.	Среднестатистическое число посетителей за последние 3-5 лет	
14.	Структура целевой аудитории	
15.	Эффективность маркетинга и международной рекламы выставки (подход к формированию базы рассылки, объемы размещения рекламы, принципы проведения PR-кампании)	
16.	Оценка качеств и технических данных выставочного комплекса как места проведения интересующей международной выставки	
17.	Согласование дат планируемого участия в потенциально избранной выставке с общим календарным планом мероприятий промышленной компании и мероприятиями департамента ВЭД компании на указанный период (не перекрывает ли участие в выставке какие-либо значимые мероприятия в деятельности компании)	

Для уточнения организационных, бюджетных и экспортных возможностей применительно к целям и задачам участия в международной выставочной деятельности конкретного предприятия автор предлагает ввести понятие "конкурентного листа промышленных выставок". Критерии матрицы выбора промышленной выставки приведены в таблице 5 (по 10-балльной системе):

Конкурентный лист представляет собой сводную сравнительную таблицу по международным промышленным выставкам, отобранным промышленным предприятием в процессе анализа в соответствии с вышеприведенными матрицами выбора. Факторы, включаемые в конкурентный лист из таблицы 5 строго индивидуальны и зависят от стратегических целей международной выставочной деятельности промышленного предприятия, осуществляющего анализ.

**3. Сформированы источники массивов базовых информационных ресурсов управления международной выставочной деятельностью, на основе систематизации зарубежных и отечественных научно-теоретических источников и источников информации, предоставляющих аналитический и статистический материал по состоянию мирового выставочного рынка.**

*Таблица 6*

**Источники информационных массивов**

1. Зарубежные источники	2. Российские источники
<p><b>1.1 Открытая информация:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сайты организаторов выставок, выставочных центров, отраслевых промышленных объединений, министерств экономики стран и регионов;</li> <li>- регулярные издания международных выставочных союзов;</li> <li>- издания общества добровольного контроля за выставочной деятельностью FKF;</li> <li>- аналитические издания Академии менеджмента Н.Саксонии, комитета АУМА (Германия);</li> <li>- аналитические издания специализированных консалтинговых компаний Германии, Австрии, Швейцарии;</li> <li>- каталоги прошедших международных выставочных мероприятий;</li> <li>- специализированные издания (журналы и газеты) многих стран по вопросам выставочной деятельности и ее управления;</li> <li>- публикации в различных СМИ</li> </ul>	<p><b>1.1. Открытая информация</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сайт министерства экономического развития РФ и министерства образования и науки РФ;</li> <li>- специализированные издания ТПП РФ и Гильдии товаропроизводителей и экспортеров Московской ТПП;</li> <li>- каталоги прошедших международных выставочных мероприятий</li> </ul>
<p><b>2.1 Специфическая информация, предоставляемая по запросу:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- запросы в палаты в национальные и региональные торгово-промышленные палаты;</li> <li>- прохождение (с получением доступа к ноу-хау) мастер-классов в консалтинговых бюро при выставочных центрах</li> </ul>	

Источники информационных массивов, представленные в таблице 6, необходимы на этапе планирования международной выставочной деятельности промышленного предприятия, т.к. тщательное изучение, анализ и оценка данных источников на основе вышеприведенных матриц выбора промышленной выставки позволит промышленному предприятию повысить эффективность управления международной выставочной деятельностью, избежать рисков нерационального выбора места участия в международной выставке.

**4. Введено разграничение функций управления субъектов-участников международной выставочной деятельности в соответствии с уровнями внешнеэкономической деятельности.**

Данные, приведенные в таблице 7, позволяют промышленному предприятию, планируя международную выставочную деятельность и принимая управленческие решения, использовать ресурс национальных и международных правовых, нормативных и программных документов, на базе которых осуществляется планирование, регулирование и организация международной выставочной деятельности на разных уровнях.

*Таблица 7*

Уровни управления	Субъекты ВЭД	Функции
1	2	3
1. Микро-уровень	Промышленные предприятия - экспоненты	Проводят анализ условий выставочного мероприятия; осуществляют выбор выставки; осуществляют управление участием в выставочной деятельности
2. Мезо-уровень	Региональные правительства, промышленные отрасли, региональные выставочные комплексы и региональные выставочные союзы, региональные ТПП	Разрабатывают и принимают региональные программы продвижения через выставки потенциала региона на международный рынок, содействуют повышению статуса региональных выставок до уровня международных, принимают программы развития выставочной индустрии и инфраструктуры региона

1	2	3
3. Макро-уровень	Отраслевые министерства правительства РФ, ТПП РФ	Разрабатывают и принимают национальные и государственные программы продвижения через выставки потенциала региона на международный рынок, содействуют повышению статуса национальных выставок до уровня международных, принимают программы развития выставочной индустрии и инфраструктуры региона.
4. Мега-уровень	Международные выставочные союзы (МСВЯ, UFI), Международная Торговая палата	Развивают нормативную базу регулирования МВД, принимают международные стандарты

5. Разработана авторская концепция унифицированного регламента планирования бизнес-процесса международной выставочной деятельности промышленных предприятий, включающая этапы: разработки стратегии международной выставочной деятельности на длительный период; создания "конкурентного листа" международных выставок в соответствии с предлагаемыми автором критериями; формирования долгосрочного сводного плана-графика участия промышленного предприятия в международной выставочной деятельности; разработки программы участия промышленного предприятия в избранной календарной выставке в течение периода реализации сводного выставочного плана-графика.

Поэтапная реализация предлагаемого автором регламента представлена в таблице 8.

6. Разработана организационно-экономическая модель управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий.

Модель управления международной выставочной деятельностью предлагается в виде функциональных блоков, связанных между собой в определенной последовательности как комплекс подсистем с внутренними и внешними связями, в том числе:

1. Блок информационного обеспечения международной выставочной деятельности реализует функции информации, анализа рынков выставочных услуг в промышленной сфере, оценку преимуществ тех или иных предлагаемых выставочных мероприятий;

**Этапы реализации концепции унифицированного регламента  
планирования бизнес-процесса международной выставочной деятельности  
промышленного предприятия (МВД ПП)**

№ п.п.	Этапы реализации
1.	Этап постановки стратегических целей, отвечающих стратегическим интересам ВЭД промышленного предприятия и проведения исследования выставочного рынка, сбора и оценки международной информации
2.	Этап формирования "конкурентного листа" промышленных выставок международного класса и отбора двух-четырех международных выставок для включения в выставочный календарный план исходя из определенных критериев-показателей оценки потенциальной эффективности участия в международной выставке
3.	Этап определения тактических целей участия в каждой из избранных для календарного плана выставок
4.	Этап формирования перспективного долгосрочного плана-графика участия промышленного предприятия в избранных отраслевых международных выставках с определением формата участия в каждой из них на определенном этапе; с указанием дат исполнения, ответственных исполнителей и сроков промежуточной оценки эффективности реализации МВД на каждом этапе; указанием соответствия плановым показателям имиджевой, маркетинговой и коммерческой эффективности участия
5.	Этап планирования финансового, материального и человеческого потенциала, формирования исполнительской структуры
6.	Этап разработки технического регламента по реализации каждого этапа участия в каждой из избранных календарных выставок

2. Блок планирования осуществляет планирование международной выставочной деятельности промышленного предприятия формирует список отобранных международных выставок и долгосрочный план-график мероприятий с описанием формата участия в каждом из них на определенном этапе, а также планирует затраты, связанные с осуществлением участия в выставках;

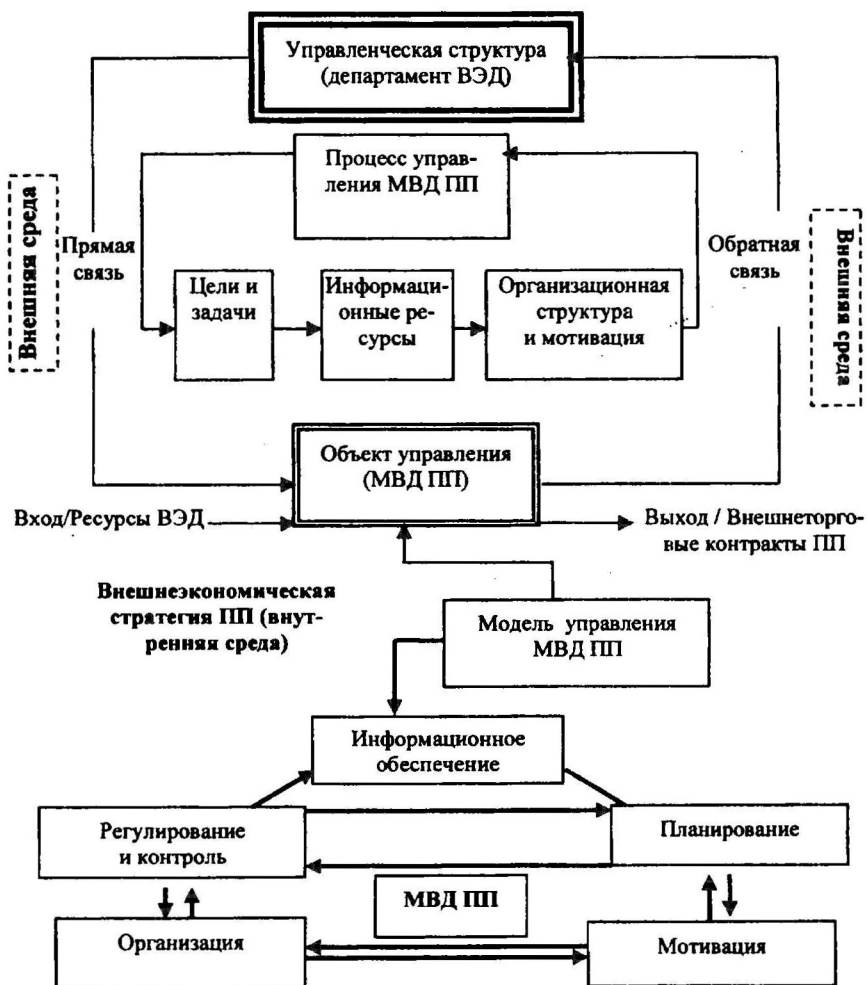
3. Блок мотивации и управления персоналом реализует задачи по профессиональной подготовке и управлению персоналом подразделений предприятия, вовлеченных в международную выставочную деятельность;

4. Блок организации связан с понятиями "цели и критерии управления", "факторы и методы управления", "ресурсы управления" и охватывает вопросы построения структуры международной выставочной деятельности;

5. Блок регулирования и контроля объединяет подсистемы:

- оценки финансово - экономической эффективности международной выставочной деятельности, анализа и мониторинга показателей, характеризующих эффективность участия в международной выставочной деятельности;

- подсистемы нормативно - правового обеспечения и патентно-правовой защиты с учетом требований международного правового поля и российской правовой базы.



**Рис. 1. Модель управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия**

Как видно из рис. 1 входом, то есть, ресурсом, необходимым для выполнения бизнес-процесса международной выставочной деятельности, являются ресурсы внешнеэкономической деятельности предприятия. Выход бизнес-процесса международной выставочной деятельности - результат выполнения бизнес-процесса, заключение внешнеторговых контрактов промышленным предприятием - экспонентом.

Таблица 9

**Классификация рисков управления международной  
выставочной деятельностью промышленного предприятия**

	Риски планирования	Частота события (P)	Тяжесть события (S)	Уровень риска (R)
1.	Отсутствие долгосрочного стратегического плана развития МВД предприятия в соответствии с целями и задачами ВЭД	0,8	0,7	0,65
2.	Ошибки при определении стратегических целей МВД ИП и тактических целей участия в конкретной плановой выставке	0,9	0,9	0,77
3.	Недооценка при планировании резервов эффективного бренд-менеджмента	0,8	0,6	0,55
4.	Недооценка при планировании резервов государственной поддержки участия промышленного предприятия в зарубежной выставке	0,5	0,3	0,25
5.	Ошибки при принятии решения о выборе международных выставок для включения в стратегический выставочный план	0,8	0,8	0,64
6.	Ошибки при планировании расходов на материальное обеспечение долгосрочной программы МВД ИП (без учета восполняемых материальных ресурсов)	0,5	0,6	0,66
7.	Отсутствие достаточной информационной базы для обеспечения мониторинга требуемого сектора международного выставочного рынка	0,5	0,9	0,77
8.	Упущенные сроки аренды оборудования и декора для стенда, что вынуждает приобретать необходимое оснащение	0,4	0,3	0,25
9.	Отсутствие программы долгосрочного участия в избранной международной выставке	0,7	0,5	0,77
10.	Потери неэффективного планирования логистики и хранения выставочного оборудования долгосрочного применения	0,2	0,3	0,25



	Риски организации	Частота события (P)	Тяжесть события (S)	Уровень риска (R)
1.	Проектный подход к организации участия промышленного предприятия в МВД	0,8	0,9	0,72
2.	Отсутствие единой организационной координирующей структуры	0,3	0,6	0,66
3.	Отсутствие достаточной информационной базы для обеспечения мониторинга требуемого сектора международного выставочного рынка	0,3	0,6	0,55
4.	Низкий уровень контроля за поэтапной реализацией стратегического плана МВД ПП	0,3	0,5	0,32
5.	Недостаточный уровень применения правовых основ иностранного государства в области внешнеэкономической и выставочной политики, в области защиты прав интеллектуальной собственности	0,8	0,6	0,42
6.	Нарушения исполнения утвержденного плана-графика	0,5	0,6	0,66
7.	Низкая интенсивность труда вследствие отсутствие единого алгоритма, позволяющего учитывать фактор восполняемого человеческого ресурса	0,5	0,3	0,23
8.	Высокий коэффициент затрат на один перспективный контакт на выставке вследствие неправильного формирования выставочной рабочей группы	0,8	0,5	0,33
9.	Отсутствие организационно-функциональной модели, обеспечивающей необходимый уровень управления в предвыставочные, выставочные, поствыставочные периоды	0,7	0,8	0,77
10.	Отсутствие эффективного "менеджмента менеджеров" выставки	0,7	0,3	0,35

	Риски мотивации	Частота события (P)	Тяжесть события (S)	Уровень риска (R)
1.	Низкая квалификация персонала, обеспечивающего реализацию процесса МВД на всех этапах	0,5	0,6	0,49
2.	Отсутствие единой методики и единого алгоритма исполнения	0,5	0,5	0,46
3.	Недостаточная формализация процесса управления, отсутствие положения о задействованных структурных подразделениях, должностных и рабочих инструкций, методических документов, отчетных форм	0,7	0,6	0,49
4.	Отсутствие отечественных теоретических разработок, методических пособий, доступных учебников для самообразования специалистов МВД ПП	0,8	0,3	0,16
5.	Отсутствие национальной образовательной системы для специалистов МВД ПП	0,9	0,3	0,12
6.	Недостаточная степень вовлеченности персонала в процесс МВДПП	0,3	0,4	0,12
7.	Недостаточный практический опыт участия российских промышленных предприятий в МВД	0,7	0,8	0,77

**7. Выявлены и систематизированы специфические риски управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия-экспонента, оказывающие влияние на результативность системы управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия.**

Риски планирования, организации, мотивации ранжированы по частоте наступления и тяжести события, что позволит принимать обоснованные решения в процессе управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия (см. табл. 9).

Экспертная оценка уровня риска по частоте и тяжести проявления события разработана и апробирована автором по результатам работы в качестве организатора международной выставочной деятельности в Торгово-промышленной палате Самарской области, и в качестве экспонента - организатора коллективного стенда Ремесленной палаты Самарской области на международных выставках.

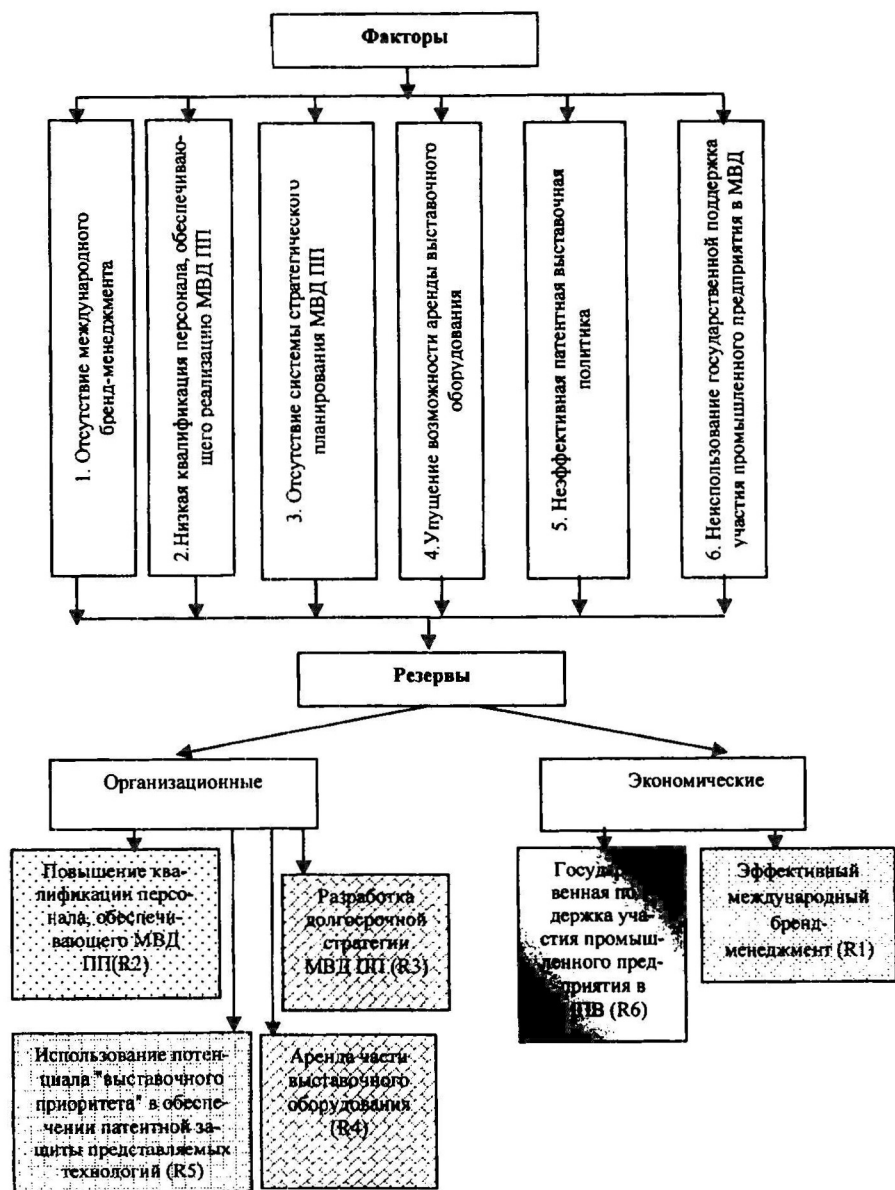


Рис. 2. Факторы и резервы повышения эффективности управления процессом международной выставочной деятельности

Таблица 11

Эффект управления международной выставочной деятельностью промышленными предприятиями на уровне привлечения отдельных резервов (при неизменном количестве плановых выставочных мероприятий)

	Наименование предприятия	Электролит ТМ			НПФ "Мета"			НПП "Контактс"			ЗАО "СКК"		
		Крупные			Средние			Малые			Средние		
		Оценка, тыс. руб.	2012 Прогноз, тыс. руб.	2015 Прогноз, тыс. руб.	Оценка, тыс. руб.	2009 Прогноз, тыс. руб.	2012 Прогноз, тыс. руб.	2015 Прогноз, тыс. руб.	Оценка, тыс. руб.	2009 Прогноз, тыс. руб.	2012 Прогноз, тыс. руб.	2015 Прогноз, тыс. руб.	2015 Прогноз, тыс. руб.
1.	ЧДД накопленным итогом	- 3927	-2919,5	+2190,3	-693	-480,96	+518,09	-207,9	-136,29	+38	-231	-108,86	+356,3
2.	Резервы	200	170	170	100	96	84	30	20	15	35	22	22
2.1	Стратегическое планирование												
2.2	Международный бренд-менеджмент	65	15	10	62	25	10	62	10	62	55	15	15
2.3	Эффективные методы защиты прав интеллектуальной собственности	90	-	90	90	30	30	60	33	-	70	-	40
2.4	Государственная поддержка участия предприятий в МПВ	240	200	200	145	115	120	70	63	60	65	59	54
2.5	Аренда оборудования	35	35	30	32	30	32	17	23	25	20	18	18
2.6	Повышение квалификации персонала	10	10	10	5	5	6	2	2	3	5	6	6
3.	Итого экономия с учетом резервов	640	430	510	334	301	282	241	151	165	250	116	155
4.	ЧДД с учетом резервов	-3287	-2489,5	+2700,3	-359	-179,96	+800,09	+33,10	+14,71	+203	+19	+7,14	+511,3

8. Выявлены факторы и резервы повышения эффективности управления процессом международной выставочной деятельности промышленного предприятия - на уровне функций планирования, организации, мотивации, включая использование резерва государственной протекции участия отечественных предприятий в международных выставках, эффективной международной бренд-политики, повышение квалификации сотрудников за счет освоения необходимого алгоритма действий в ходе осуществления международной выставочной деятельности промышленного предприятия; предложены методы их оценки.

Автором выявлены факторы, приводящие к возникновению организационных или экономических резервов управления международной выставочной деятельностью промышленных предприятий.

В работе предложены также методы оценки резервов, использование которых позволит промышленному предприятию повысить эффективность управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия. (см. табл. 10).

Таблица 10

Методы оценки резерва

R1	$\Delta \mathcal{E}(\text{за счет создания "бренд-бука"}) = \frac{\text{Стоимость "бренд-бука"}}{1} - \frac{\text{Стоимость "бренд-бука"}}{\text{Количество плановых выстав.}}$
R2	$K_{R2} = \frac{N_{\text{квал.}}}{N},$ <p>где <math>N_{\text{квал.}}</math> - численность квалифицированных сотрудников, владеющих необходимым алгоритмом действий стратегического планирования и управления МВД ИП, <math>N</math> - общее число сотрудников, привлеченных к осуществлению МВД ИП;  <math>\Delta \mathcal{E} = \Delta \text{прирост объема продаж} - \Delta \text{повышение квалификации сотрудников}</math></p>
R3	$K_{R3} = P_{\text{неопт.}} - P_{\text{опт.}},$ <p>где <math>P_{\text{опт.}}</math> - цена заявки на участие в МПВ, подаваемой в соответствии со стратегическим планом и долгосрочным планом-графиком МВД ИП, <math>P_{\text{неопт.}}</math> - цена заявки, подаваемой исходя из проектного подхода к управлению МВД ИП, без учета "менеджмента менеджеров" международной выставки и условий подготовки и организации участия в МПВ</p>
R4	$\Delta \mathcal{E} = (Z_{\text{выст. общие}} - A) \times N,$ <p>где <math>\Delta \mathcal{E}</math> - эффект, получаемый за счет аренды части выставочного оборудования, <math>Z_{\text{выст. общие}}</math> - затраты на МВД ИП, <math>A</math> - арендная плата, <math>N</math> - количество выставок</p>
R5	$\Delta \mathcal{E}(\text{за счет использования выстав. Приоритета}) = Z_{\text{патентование объекта ИС}} - Z_{\text{регистрация выстав. приоритета}}$
R6	$\Delta \mathcal{E}(\text{на проведение выстав. деятельности}) = Z_{\text{полные затраты экспонента на 1 МПВ}} - K_{\text{гос. компенсация на 1 МПВ}}$

Результаты авторских методических разработок апробированы на ряде промышленных предприятий - экспонентов. На основе предложенных методов разработана прогнозная таблица оценки эффективности и резервов управления международной выставочной деятельностью на примере обследованных промышленных предприятий Самарской области (см. табл. 11).

Как следует из данных таблицы 11 в первые годы международной выставочной деятельности ЧДД накопленным итогом имеет отрицательное значение, а с третьего года международная выставочная деятельность становится прибыльной, о чем свидетельствуют значения ЧДД обследованных предприятий. В то же время, при использовании резервов международной выставочной деятельности, эффект участия в выставочных мероприятиях может наблюдаться уже в первые годы.

Результаты внедрения авторских теоретических и методических разработок убедительно доказывают, что их применение повышает результативность и конкурентоспособность участия промышленных предприятий-экспонентов в международной выставочной деятельности.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ ОТРАЖЕНО В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА**

### ***Статьи, опубликованные в изданиях, определенных ВАК***

1. Чертыковцева, Т.А. Проблемы управления международной выставочной деятельностью предприятия как бизнес-процессом / Т.А. Чертыковцева // Российское предпринимательство. 2009. - №10. Вып. 2. - С.82-88. - 0,4 печ. л.
2. Чертыковцева, Т.А. Об унификации планирования бизнес-процесса международной выставочной деятельности промышленного предприятия / Т.А. Чертыковцева, Е.В. Волкова // "Вестник". - Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. - № 9(59). - С. 123-129. - 0,6 печ. л. (авт. 0,4 печ. л.).

### ***Монографии***

3. Чертыковцева, Т.А. Международная выставочная деятельность промышленных предприятий в экономике XXI в.: теория и методология управления: моногр. / Т.А. Чертыковцева, Е.В. Волкова. - Самара: Изд-во Самара: ООО "Издательство Ас-Гард", 2009. - 16,9 печ. л. (авт. 10,0 печ.л.).

### ***Статьи, опубликованные в прочих научных изданиях***

4. Чертыковцева, Т.А. Проблемы оценки эффективности деловых межгосударственных коммуникаций / Т.А. Чертыковцева, Е.В. Волкова // Экономическое и межкультурное пространство России в период глобализации: Материалы междунар. науч.- практ. конф. 25-26 апреля 2002 г. Ч. 1 / Отв. редактор А.П. Жабин. - Самара: Изд-во Самарс. гос. экон.акад. 2002. - С. 182-185. - 0,3 печ. л. (авт. 0,15 печ. л.).
5. Чертыковцева, Т.А. Регламент организации и проведения международных экономических миссий / Т.А. Чертыковцева, Е.В. Волкова, И.В. Гусева // научное издание. - Самара: Изд-во Самар. гос.экон.акад, 2003.- 44 с. - 2,56 печ. л. (авт. 0,85 печ. л.).
6. Чертыковцева, Т.А. Региональный брендинг как технология маркетинга территории во внешнеэкономической деятельности / Т.А. Чертыковцева // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 4-ой Междунар. науч.-практ. конф. 25-26 ноября 2006 г. - Ч.1. - Самара: Изд-во Самарс. гос. экон.акад., 2004.- С. 446-449.- 0,3 печ. л.

7. Чертыковцева, Т.А. Роль торгово-промышленных палат в позиционировании брендинга региона на мировом рынке / Т.А. Чертыковцева // Роль высших учебных заведений в инновационном развитии экономики регионов: материалы междунар. научно-практ. конф., 10-12 окт. 2006 г. - Ч.3. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2006. - С. 208-212. - 0,4 печ. л.

8. Чертыковцева, Т.А. Роль региональной ТПП в позиционировании территории своего действия на мировом рынке / Т.А. Чертыковцева // Проблемы регионального бизнес - пространства. Международный научный сборник. - Саратов: Изд-во ТПП СО, 2006. - С. 193-203. - 0,9 печ. л.

9. Чертыковцева, Т.А. Международная выставочная деятельность как инструмент государственного протекционизма / Т.А. Чертыковцева // Проблемы развития предприятий: теория и практика [текст]: материалы 7-ой Междунар. науч.-практ. конф. 27-28 нояб. 2008 г. - Ч. 1. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2008. - С. 317-327. - 0,8 печ. л.

10. Чертыковцева Т.А. Международные промышленные выставки как фактор современной внешней торговли / Т.А. Чертыковцева, Е.В. Волкоданова // Коммерческая и финансовая деятельность в России. Проблемы теории и практики [текст]: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. Е.В. Зарова, Т.Е. Степанова. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. - С. 211-221. - 0,9 печ. л. (авт. 0,45 печ. л.).

11. Чертыковцева, Т.А. Опыт самарских промышленных компаний в организации управления международной выставочной деятельностью / Т.А. Чертыковцева // Научные изыскания, Сборник научных статей. Вып. IV. - Самара: ООО "Издательство АсГард", 2009. - С. 293-301. - 0,8 печ. л.

12. Чертыковцева, Т.А. Участие компании в международной выставочной деятельности как средство сохранения устойчивых позиций в условиях кризиса / Т.А. Чертыковцева, Ю.В. Чернухина // Развитие экономического взаимодействия российских и французских промышленных предприятий в условиях глобального экономического кризиса: Материалы междунар. науч.-практ. конф., 6-16 июня 2009 г. - Труа (Франция), 2009. Изд-во Высшей школы коммерции Шампани, Франция, Труа, 2009. - С. 16-17. - 0,25 печ. л. (авт. 0,15 печ. л.).

13. Чертыковцева, Т.А. Роль мотивации в системе управления международной выставочной деятельностью промышленного предприятия / Т.А. Чертыковцева // Проблемы развития предприятий: теория и практика [текст]: материалы 8-ой Междунар. науч.-практ. конф., 19-20 нояб. 2009 г. - Часть 2. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. - С. 421-423. - 0,2 печ. л.

#### *Публикации в специализированных изданиях*

14. Чертыковцева, Т.А. Презентация Самарской области в Зальцбурге (Самарская область на выставке Рид Мессе) / Т.А. Чертыковцева // Волга-бизнес. - 1995. - июнь-август. - С. 30-31. - 0,3 печ. л.

15. Чертыковцева, Т.А. Накануне визита в Рим / Т.А. Чертыковцева // Волга-бизнес. - 1995. - июнь-август. - С. 30-31. - 0,3 печ. л.

16. Чертыковцева, Т.А. На международном выставочном рынке / Т.А. Чертыковцева // Волга-бизнес. 1996. - сентябрь. - С. 46-47. - 0,3 печ. л.

17. Чертыковцева, Т.А. Перспективы выставочного бизнеса в регионах / Т.А. Чертыковцева // ЭКСПО новости, СПб., 2006. № 4. - С. 13. - 0,1 печ. л.

Подписано в печать 18.11.2009 г.

Формат 60×84/16. Бум. писч. бел.

Печать офсетная. Гарнитура "Times New Roman".

Объем 1,5 печ. л. Тираж 150 экз. Заказ № 404.

102